COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 6 janvier 2015

Mediametrie

L'audience de l'internet en France en novembre 2014

Record d'audience historique pour les sites d'envoi ou de suivi des colis

En novembre 2014, les sites de la sous-catégorie « Courrier / Timbres » enregistrent un record d'audience historique avec plus de 9 millions d'internautes ayant visité au moins un de ces sites permettant d'envoyer ou suivre des colis. C'est également la plus forte progression d'audience par rapport au mois précédent* avec 33% de visiteurs uniques de plus qu'en octobre. Portée par la période d'achats des cadeaux de Noël, cette progression est le signe de la bonne santé du e-commerce en France et pourrait être encore supérieure au mois de décembre.

Les sites de « Courrier / Timbres » enregistrent également une forte augmentation de leur audience quotidienne par rapport à l'année dernière. En effet, on compte 2 fois plus d'internautes sur ces sites chaque jour soit un million contre 526 000 en novembre 2013. D'année en année, Internet séduit ainsi de plus en plus les Français pour acheter leurs cadeaux de Noël ou suivre leurs commandes.

Les internautes CSP+ en sont de grands adeptes et représentent 39,6% de l'audience de ces sites alors qu'ils composent 28% de la population internaute. Ils ont consacré en moyenne plus de 21 minutes sur ces sites, soit 6 minutes de plus que la moyenne des internautes.

Top 5 des sites de la sous-catégorie « Courrier / Timbres » les plus consultés
Novembre 2014

Rang	Sites	Nombre de visiteurs uniques par mois
1	Colissimo (B)	3 661 000
2	La Poste.fr Homepage (C)	3 530 000
3	CHRONOPOST INTERNATIONAL (B)	990 000
4	UPS - United Parcel Service (B)	666 000
5	Relais Colis (B)	584 000

* Parmi les sous-catégories dont l'audience est supérieure ou égale à 10%

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

L'audience de l'internet en France en Novembre 2014

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

P

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	40 032 000
2	Microsoft	34 450 000
3	Facebook	26 198 000
4	Orange	21 703 000
5	Wikimedia Foundation	21 667 000
6	Webedia	21 221 000
7	CCM Benchmark Group	20 409 000
8	Vivendi	19 561 000
9	Solocal Group	19 421 000
10	Amazon	18 843 000
11	Groupe Lagardere	16 874 000
12	Schibsted	16 830 000
13	Iliad	16 281 000
14	Yahoo	15 326 000
15	Groupe Auchan	14 403 000
16	Prisma Media	12 574 000
17	auFeminin	12 337 000
18	Groupe Casino	12 314 000
19	La Poste	12 292 000
20	Groupe Figaro	12 289 000
21	Groupe TF1	11 885 000
22	Fnac	11 824 000
23	Groupe Credit Agricole	11 702 000
24	M6	11 126 000
25	eBay	11 085 000
26	francetélévisions	10 841 000
27	Apple Computer	10 330 000
28	Ministere de l Education Nationale	10 308 000
29	Le Monde	10 272 000
30	Association VideoLAN	9 931 000
31	Groupe Amaury	9 906 000
32	Gouvernement Francais	9 450 000
33	Dailymotion	8 775 000
34	Roularta	8 585 000
35	InterActiveCorp	8 508 000
36	SNCF France	8 425 000
37	Carrefour	8 367 000
38	PriceMinister	7 965 000
39	Next Radio TV	7 742 000
40	Nouvel Observateur	7 423 000
41	OTTO	7 355 000
42	Oxygem Media	7 340 000
43	Societe Generale	7 082 000
44	La Redoute	7 067 000
45	Adobe	7 036 000
46	WordPress.com	7 029 000
47	Dropbox	6 984 000
48	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	6 722 000
49	DARTY	6 709 000
50	20 Minutes France	6 537 000

Une opération de codage est actuellement en cours sur le Parent WEB66. Dans ce cadre, nous ne sommes pas en mesure de publier le niveau Parent des éditeurs de la Presse Quotidienne Régionale sur les résultats des mois de novembre et de décembre 2014. Les Brands restent quant à elles publiées.

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Novembre 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

L'audience de l'internet en France en Novembre 2014

Le Top 50 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	38 617 000	15 553 000
2	Facebook	25 766 000	7 753 000
3	Microsoft	25 106 000	3 573 000
4	YouTube	25 062 000	4 164 000
5	Wikipedia	21 504 000	2 697 000
6	Orange - T	20 111 000	5 689 000
7	Amazon	18 660 000	2 367 000
8	Windows Live	18 311 000	3 493 000
9	Leboncoin.fr - TS OJD	16 824 000	3 197 000
10	Free	15 625 000	2 046 000
11	PagesJaunes - TS OJD	15 552 000	1 494 000
12	Skype	14 266 000	4 777 000
13	Yahoo - T	14 108 000	2 806 000
14	Fnac	11 748 000	983 000
15	Blogger	11 667 000	984 000
16	Cdiscount	11 561 000	1 013 000
17	France Televisions - TS OJD	10 841 000	936 000
18	SFR	10 751 000	1 958 000
19	Apple	10 330 000	1 261 000
20	OverBlog	10 058 000	729 000
21	Videolan	9 931 000	1 562 000
22	Linternaute.com - TS	9 850 000	670 000
23	CommentCaMarche - TS	9 664 000	658 000
24	AlloCine - TS	9 270 000	773 000
25	Le Figaro - TS OJD	9 215 000	898 000
26	Outlook (Outlook.com)	8 843 000	2 239 000
27	Dailymotion - TS	8 775 000	639 000
28	Marmiton - TS	8 595 000	579 000
29	eBay	8 411 000	969 000
30	Carrefour	8 052 000	603 000
31	Le Monde - TS OJD	7 812 000	880 000
32	PriceMinister	7 808 000	601 000
33	Credit Agricole	7 691 000	1 472 000
34	MSN - T	7 513 000	1 247 000
35	Bing	7 361 000	1 037 000
36	Mappy - TS OJD	7 176 000	438 000
37	Tele Loisirs - TS OJD	7 161 000	1 059 000
38	MYTF1 - T	7 110 000	593 000
39	La Redoute	7 051 000	494 000
40	WordPress.com	7 029 000	455 000
41	Dropbox	6 984 000	1 560 000
42	Adobe	6 816 000	424 000
43	Service-Public.fr - TS OJD	6 728 000	401 000
44	Voyages-Sncf.com	6 632 000	478 000
45	CanalBlog - TS	6 588 000	451 000
46	L Obs - TS OJD	6 554 000	549 000
47	20minutes.fr - TS OJD	6 498 000	554 000
48	L Express.fr - TS OJD	6 474 000	445 000
49	Doctissimo - TS OJD	6 394 000	402 000
50	LA POSTE	6 317 000	1 085 000

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Novembre 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des urls) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mail, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média...

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d'octobre 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**OJD** sont notifiés d'un « **TS OJD** »

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Novembre 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings s'appuie sur un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats d'octobre 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Médiamétrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'OJD, de la mesure eStat, et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages…) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2013, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 75,2M€.

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :
Adélie Ménager
Tél : 01 71 09 93 18
amenager@mediametrie.fr